

知識構造化と特徴分析に基づく アフィリエイトサイト構築支援に関する研究

後藤 正幸 研究室
0332107 齋藤 倫克

1. 研究の背景と目的

近年、初期投資の不要なインターネットビジネスとして、アフィリエイトプログラム(以下、アフィリエイト)が注目されている。アフィリエイトとは、一般的に個人運営のウェブサイトで商品を紹介し、訪問者がその商品のリンクを経由して商品を購入した場合、運営者に報酬が支払われるというシステムの総称を指す。しかし、アフィリエイトを導入したサイトの運営者(以下、アフィリエイトター)の約半数が月1,000円未満の収益しかあげられていないという現実がある。これは、継続的なアフィリエイトビジネスの発展を阻害するため、何らかの対策を講じる必要がある。そのため、収益性の高さから書籍で紹介されるほどの優良アフィリエイトターが、どのような方法でサイトを構築、運営しているかを分析し、優良なサイトを構築するための指針を得ることが望まれる。しかしながら、そのようなサイト運営ノウハウを体系的に分析し、理解し易い形で結果を提示する手法は確立していない。

そこで本研究では、優良アフィリエイトサイトの特徴を分析し、サイト構築と運営に有効となる情報を提示するための2つの手法を提案する。具体的には、

サイト構築と運営における優良アフィリエイトターのノウハウをインタビュー文章から構造化し、重要なポイント(検証要素)を抽出するための手法を提案する、

既存の優良アフィリエイトサイトについて、個々のサイトの特徴を明確にするため、アフィリエイトサイト用の調査項目作成方法を提案し、優良サイトの特徴分析を行う、

という2つの側面からのアプローチにより、アフィリエイトサイトの構築と運営に役立つ分析の方法論を確立することが、本研究の目的である。加えて、実際に検証要素と優良サイトの特徴分析結果を示し、本稿の提案手法の有効性を示す。

2. 研究プロセス

優良アフィリエイトターがサイト運営の際、どのような点に注意しているかを把握し、その知識を構造化するため、それぞれが持つノウハウ・注意点の抽出・総括・整理方法、および検証要素の論理的順序付けを行う方法を提案する。検証要素の順序付けを行うことで、注意すべき順序ごとに確認できるようになる。

手順1] 検証要素の抽出

優良アフィリエイトターの意見を参考にするため、アフィリエイト関連書籍に掲載されたインタビュー文章に着目する。使われた単語から検証要素を特定するため、形態素解析を適用し単語分割を行う。その後、KJ法により単語を類似性に基づき分類し、階層的に知識の構造化を行う。

手順2] 検証要素の論理的順序付け

先行研究で示されているロジックツリーの構築方法[1]を参考に、抽出された検証要素の順序付けを行う。

優良サイトにも様々なタイプのサイトがあるため、それらの全体的な位置関係を把握することは重要である。そのため本研究では、アフィリエイトサイト特徴調査用の調査項目作成方法を提案する。現在論じられているウェブサイトの調査(評価)方法は、主に企業や法人の運営するサイトを対象としたものである。アフィリエイトサイトの場合、主に個人運営であるため、アフィリエイトサイト調査用に特化した調査項目を検討する必要がある。その後、調査結果を用いて優良サイトのグルーピングを行い、グループごとに特徴を把握する。

手順1] アフィリエイトサイト調査用の調査項目の作成

事前に優良サイトの機能を調査し、その結果をまとめ独自の調査項目を作成する。

手順2] 優良サイト特徴調査

作成した調査項目を基に、優良サイトの特徴調査を行う。

手順3] 数量化 類, クラスタ分析による特徴分析

調査結果から優良サイト全体の特徴・傾向を把握するため、数量化 類を適用し調査結果を集約する。その後、クラスタ分析により優良サイトのグルーピングを行い、各グループの特徴を分析する。

3. 優良アフィリエイトターの検証要素の把握と順序付け

3-1. 優良アフィリエイトター検証要素の抽出

アフィリエイト関連書籍 6冊に掲載された40人の優良アフィリエイトターに対するインタビュー

表1 優良アフィリエイトター検証構造図

大項目	検証要素		単語グループ名	大項目	検証要素		単語グループ名
	中項目	小項目			中項目	小項目	
方針決定	サイトの方向性決定	テーマ選択	テーマ選択の理由	サイト構築	サイト規模	掲載誌数	掲載誌数
		目標設定	ターゲットの決定		サイト運営媒体の選択	サイト運営媒体	サイト運営媒体
		サイトの運営計画	本業の維持の有無		提携企業・ASPの選択	提携企業	提携企業
		サイトの運営の方針・特徴	収益の期待		審査の指定	審査	審査
		運営者の感情	アフィリエイトの経験		サイト運営経験	サイト運営経験	サイト運営経験
		サイトの価値付け	サイトの価値性		コンテンツ内容	コンテンツ内容	コンテンツ内容
	運営のための情報収集	サイト内情報の利用価値	自身の経験	時期に合わせたコンテンツ	時期に合わせたコンテンツ	時期に合わせたコンテンツ	
		業界研究	他からの情報収集	サイトの使いやすさ	サイトの使いやすさ	サイトの使いやすさ	
		自身の経験	他からの情報収集	商品の情報	商品の情報	商品の情報	
		他からの情報収集	他からの情報収集	サイトの見やすさ	サイトの見やすさ	サイトの見やすさ	
		他からの情報収集	他からの情報収集	アフィリエイトリンク形式の検討	アフィリエイトリンク形式の検討	アフィリエイトリンク形式の検討	
		他からの情報収集	他からの情報収集	運営における設備・広告投資	運営における設備・広告投資	運営における設備・広告投資	
長期的なサイト運営	継続的なサイト運営	継続的なサイト運営	有料サービスを用いたサイト構築	有料サービスを用いたサイト構築	有料サービスを用いたサイト構築		
	サイト運営(構築)時間	サイト運営(構築)時間	成果	成果	成果		
	情報の新規性	情報の新規性	成果を得る	成果を得る	成果を得る		
	サイト運営の問題点	サイト運営の問題点	成果の発生	成果の発生	成果の発生		
	サイトの改善	サイトの改善					
	定期的な更新	定期的な更新					
継続運営	サイト改善	定期的な更新	定期的な更新				
		顧客の意識調査	顧客の意識調査				
		他の意見に借鉴	他の意見に借鉴				
	集客対策	SEO対策	SEO対策				

文章を対象として、検証要素の抽出を行った。分類された各項目に名前をつけ、それらを検証要素とした。単語は全91項目に分類され、検証要素は大項目4項目、中項目12項目、小項目36項目に分類された(表1)。

3-2. 検証要素の論理的順序付け

検証構造図の小項目に着目し、順序付けを行った。アフィリエイトサイト運営の最上位目的を“成果の発生”とし、要素間を「How」と「Why」の関係性で繋げ、検証構造ロジックツリー(図1)を構築した。その後、運営手順を考えるため、順序付けした検証要素を内容にそってフェーズ分けし、名前をつけた。

3-3. 分析結果

検証要素を順序付けし、フェーズ分けした結果、最初に情報(収集)、続いて(構築)計画、機能(サイト構築)、集客フェーズと分けることができた。各フェーズで、小項目からたどって表1に記載されている単語グループを見ることで、具体的にサイト運営に関しての注意点を把握することができる。

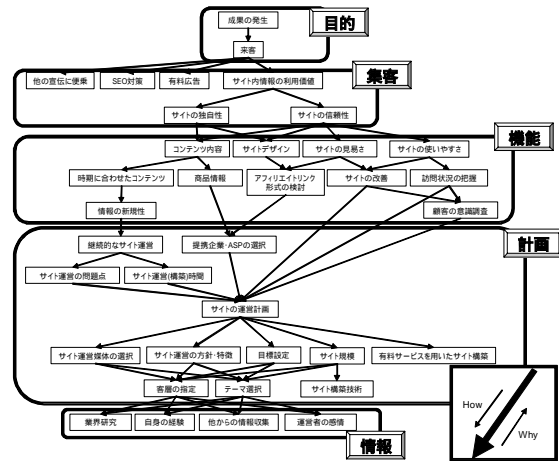


図1 検証構造ロジックツリー

表2 成分軸名一覧

成分	マイナス	プラス	寄与率	累積寄与率
成分1	情報信用性	検索不便性	0.089	0.089
成分2	既存機能利用	比較情報量重視	0.087	0.176
成分3	情報詳細重視	視認性の良さ	0.068	0.244
成分4	情報固定	新規情報重視	0.055	0.299
成分5	検索情報量	オプションサービス重視	0.054	0.353
成分6	取扱商品量重視	顧客意見重視	0.051	0.403
成分7	店舗紹介重視	検索容易性	0.049	0.452
成分8	取扱商品情報多岐	取扱商品情報集中	0.040	0.492
成分9	検索(SEO)重視	ユーザ補助重視	0.038	0.530

4. 優良サイトの特徴調査

4-1. 独自調査項目作成

書籍調査で用いた優良アフィリエイターの運営する優良サイト40件を分析し、調査項目の作成を行った。優良サイトが持つ機能を調査し、全機能を抽出した後、KJ法により機能の類似性に基づいて構造化を行った。その後、整理された機能を項目として、独自の調査項目を作成した。その際、分類結果を基に、適宜調査項目を補完した。調査項目は“運営媒体(HP or ブログ)”など質的変数の選択式で、全115項目が得られた。

4-2. 数量化 類によるポジション分析

その後、同優良サイト40件を調査項目に基づき再調査し、数量化 類による分析を行った。その結果、9つの成分で全変数の53%について説明できることがわかった。この9成分の意味解釈の結果を表2に示す。

サンプルスコアの散布図を描いたところ、各優良サイトは一様に分布しており、各サイトのポジションを明確化することができた。

4-3. クラスタ分析による優良サイトのグルーピング

数量化 類による数量化によって求められたサンプルスコアを用いて、クラスタ分析を行った。

その後、クラスタ分析によりグルーピングされた各グループに対し、4-2にて求められた各成分軸名を基にグループの特徴把握を行った。クラスタ1は、成分1, 成分2, 成分3, 成分8にやや偏りをみせたが、特に成分9がマイナス方向に、つまり「検索(SEO)重視」が強く特徴として表れた。そのため、「新規顧客訪問重視グループ」と名前をつけた。同様に、クラスタ2以降の解釈を行った結果を表3に示す。クラスタ1に分類されるサイトが17サイトと最も多く、優良アフィリエイターは現在、主に新規顧客の獲得を重視している傾向にあると考えられる。

表3 クラスタ名一覧

	クラスタ1	クラスタ2	クラスタ3	クラスタ4
成分1	やや検索不便	情報信用性重視	中間	中間
成分2	やや既存機能利用	やや既存機能利用	比較情報量重視	やや比較情報量重視
成分3	やや情報詳細重視	中間	やや視認性の良さ重視	中間
成分4	中間	中間	やや情報固定	情報新規性重視
成分5	中間	中間	やや検索情報量重視	オプションサービス重視
成分6	中間	商品情報量重視	やや商品情報量重視	顧客意見重視
成分7	中間	中間	少し検索容易性重視	やや店舗情報重視
成分8	やや情報拡散	情報集中	中間	やや情報集中
成分9	検索(SEO)重視	中間	ユーザ補助重視	中間
クラスタ名	新規顧客訪問重視	情報の質重視	情報比較利便重視	顧客ニーズ重視

5. 考察

本研究で構造化した検証要素を順序に従って把握することにより、新規アフィリエイターがサイトを構築する際、運営の順序にそって注意すべきポイントを確認しながら進めることが可能である。

検証構造ロジックツリーについては、矢印の方向に進むにつれて、機能の部分まで拡散した後、最下部の情報フェーズに向かうにつれ収束する形のツリーが得られた。本来、目的から細分化していくロジックツリーに対し、実際に新規アフィリエイターが最初にイメージするのは情報フェーズからであるため、最上部と最下部の双方からロジックをたどることができる、ひし形の検証構造ロジックツリーは実務的に有効であると考えられる。

また、優良サイトの際立った特徴を抽出したが、サンプルスコア散布図によれば各優良サイトは一様に分布している。これは優良サイトの持つ各機能が優れている上で抽出された特徴であるためと考えられる。

6. 結論と今後の課題

本研究では、優良アフィリエイターの意識や優良サイトの特徴を分析する手法を提案した。これにより、新規アフィリエイターがこれからサイトを構築するにあたり、どのようなサイトを目指し、どのような手順を踏むべきかを提示することができる。しかし、この方法では検証要素や運営順序の特定には至ったが、具体的な各検証要素に対する行動指標を明確化するには至っていない。そのため、今後サンプル数を増やすなどの改善を行い、各項目の詳細をさらに明確にする必要がある。

参考文献

[1] 第18年度SPC研究会報告書, 第5分科会: “ウェブ・ユーザビリティ向上への考察 - 日本語ウェブサイト向けのトップページ・ユーザビリティガイドライン -”, 日本科学技術連盟, (2003)